2468　フューレック

東証マザーズ

ポイント

・ケータイに声で入力する音声認識技術が一気に広がる局面を迎えた。今までのキーボードがタッチパネル化し、音声でも対応できるようになる。情報機器と使い手である人間の接点（ＵＩ、ユーザーインターフェイス）が多様化する。

・この音声認識技術の実用化で、当社のサービスは高い競争力を有する。2010 年秋の NTT ドコモのケータイに本格的に採用され始めた。アンドロイド系のスマートフォンにも搭載が進むものと予想される。

・着メロの音源で先行し経営基盤を築いたが、創業 10 年目の今年は音声認識で第 2 の成長期を迎えている。業績的には主役交代の時期なので、やや踊り場にあるが、次の展開が見えている点を評価したい。

・この音声認識技術の応用はケータイにとどまらず、カーナビなど応用範囲は極めて広い。今後の事業機会は一段と拡大しよう。当社はロイヤルティ収入を基本としているので、売上規模は大きくないが、今後はソフトウェアの開発など、事業の規模拡大に向けた布石も必要になってくるものと予想される。次の 10 年に向けて、藤木社長の経営力が問われるところであり、大いに期待できよう。

目　　次

企業レーティング　A
株価（10年12月28日）　109900円　　　時価総額　52億円　（47296株）
PBR　2.2倍　　ROE 12.4%　　PER　17.1倍　　配当利回り　1.9%

（百万円、円）

決算期	売上高	営業利益	経常利益	税引き利益	EPS	配当
2008.3	1598	264	277	159	3466	800
2009.3	1777	404	415	221	4726	1350
2010.3	1996	530	540	315	6782	2100
2011.3(予)	2100	500	500	300	6443	2100

(10.9ベース)
総資本　2809百万円　　自己資本　2429百万円　　自己資本比率　84.6%
BPS　51062円
（注）ROE、PER、配当利回りは今期予想ベース。
2009年10月1日に1：2の株式分割を実施。　1株当たり指標は修正ベース。

担当アナリスト　鈴木行生
（日本ベル投資研究所 主席アナリスト）

企業レーティングの定義：当該企業の、①経営者の経営力、②事業の成長力・持続力、③業績下方修正の可能性、という点から定性評価している。A：良好である、B：一定の努力を要する、C：相当の改善を要する、D：極めて厳しい局面にある、という4段階で示す。

１．特色　　イノベーションの連鎖に注目

一つの新しいものだけに依存していない

今の不況下でも新しいものに挑戦し、成長を続けているユニークな企業である。 とかく新興企業は一つの差別的事業に依存し、それが上手く行く時はよいが、次の新しい商品やサービスに結びつかず、伸び悩みの局面に入ってしまうことが多い。それを打破しようと、安易に新しいものを手に入れようとして、あるいは海外に出て行こうとして、かえって苦しくなってしまうケースもある。

当社の藤木社長は、そういう例を見ながら、自らの企業経営にあたっては、先手先手で次の手を打つことを実行している。ケータイの着メロの音源ソフトの次は、ケータイに声

で入力できる音声認識ソフトの応用で、事業を拡大している。こうしたイノベーションの連鎖（新しいビジネスの仕組み作り）で事業をうまく広げようとする経営のリーダーシップに注目したい。

開発したソフトのロイヤルティ（使用料）で、収入、利益を上げていくという知的資産（ＩＰ）型の経営を行っており、企業規模はさほど大きくないが、着実に成長している。音声認識をベースにした用途の広がりと当社の技術応用力の高さを考えると、業績の先行きにも期待が持てる。

社長は大学（文系）を出た後、半導体商社で働き、半導体設計子会社のトップも務め、17 年ほどこの分野で専門性と営業力、経営力を磨いてきた。その間も基本的には独立して会社を興すことを考えてきた。10 年前に自ら思いついたアイディアを実現すべく会社を作り、音源（着メロ用）事業を立ち上げた。当時の仲間が、コアメンバーとして専門分野を担っている。

フュートレック（FueTrek）という社名の由来は、高度な技術をより楽しく（Fun)、便利に（Useful)、簡単に（Easy）使えるように、そのようなサービスを探求し続ける（Trek）というワードの頭文字をとったものである。

今最も力を入れている音声認識のビジネスは本格的な拡大が始まった。音声認識の音声クイック起動は NTT ドコモの 2010－2011 冬春モデルで 13 機種に搭載された。１台につきいくらというロイヤルティが入るパターンである。

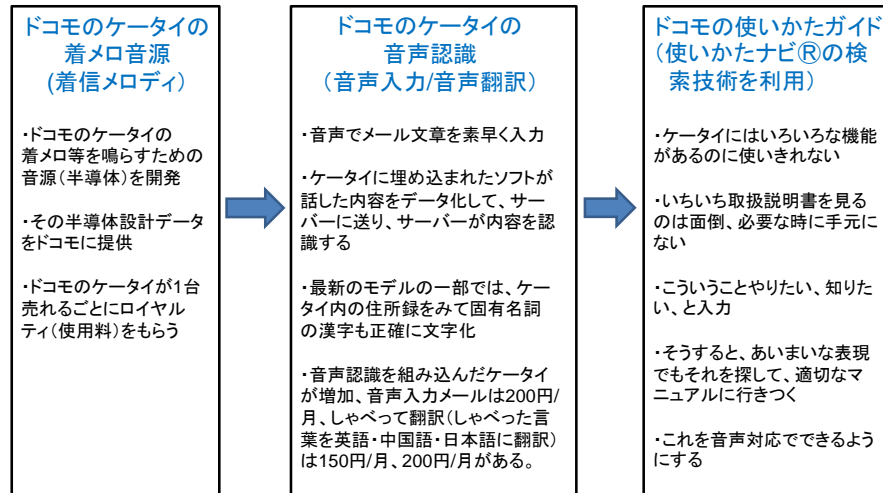
２． 沿革　　着メロの音源開発で地位を築く

ドコモに採用された決め手は技術開発力と半導体製造品を持たないこと

今 10 年度は創業して 10 年を迎えた。もともとのシステムＬＳＩの開発受託事業をベースに、現在の藤木社長がスピンオフ、独立して事業を始めた。創業 5 年でマザーズに上場、音源（着メロ等を鳴らす装置)、音声認識ソフト、使いかたナビ®と、収益源を多様化しながら、着実に成長を続けている。

過去を振り返ると、最大の節目は、創業 4 年目に、当社のケータイ着メロ用音源がＮＴＴドコモに標準採用されたことである。それまでは、ローム、ヤマハ、沖、当社などが戦っていたが、NTT ドコモ側が「音源がメーカーや機種によってバラバラだと商品開発がやりにくい」ということで統一化が図られた。

その時、当社は競合他社と技術的に差がなかったうえ、半導体設計データのみで半導体の製品作りを手掛けていないことで、ドコモにとってはフレキシブルな対応が出来るとして選ばれた。このコンペ（競争入札）に勝ったことで、当社の経営基盤が固まった。

フュートレックのイノベーションの連鎖

高いドコモ依存度ながら、今や金のなる木に成長

ドコモのケータイが 1 台販売されるごとにロイヤルティ（使用料）が入る仕組みなので、収入はケータイの販売台数に左右される。台数そのものは近年減少しており、市場は成熟しつつある。しかし、ドコモのケータイのシェアは依然として高いので、音源は当社にとって利益貢献の高い、金のなる木（キャッシュ・ジェネレーター）として貢献している。

音源のロイヤルティは、台数減で減少する方向にある。しかし、ロイヤルティの単価は値下げせずに対応できている。

会社全体で見ると、売り上げの 7 割近くがドコモ向けである。音源、音声認識、使いかたナビ®、などいずれもドコモ中心の事業展開をしているからである。最重要顧客に強い基盤を有しているのは強みである。今後ともドコモ向けが主力としても、事業領域と顧客が広がり、ドコモ依存度を相対的に下げていくことが課題である。

４つの事業分野で事業を展開

10 年度より事業部門を見直し、4 つの事業分野で事業を展開している。

①音声認識・UI ソリューション事業分野　音声認識とは人が自然に話す音声で入力する技術である。UI はユーザーインターフェイスの略で、人と機械の接点に関わることを意味する。音声認識では、これまでも「しゃべって翻訳」（日英版、日中版）などのサービスを行っており、UI では「使いかたナビ®」などの電子ヘルプ機能を提供してきた。そして、この 11 月からは、NTT ドコモの 2010－2011 冬春モデルでこれらを応用した音声対話技術が「音声クイック起動」として本格的採用された。

②音源事業分野　音源とは、あらゆる楽器の音色を再現できる電子音再生装置で、当社はこれを着メロ（着信メロディ）に利用することを国内初で実現化した。音源 LSI データと組み込みソフトウェアを用いて、コンテンツプロバイダーから楽譜をダウンロードして、メロディー化するものである。
③基盤事業分野　車載用のソフトウェアやセンサーの受託開発を手掛けている。
④カード事業分野　予備校向けの英語のリスニング模擬試験用のデータ書き込みを行っている。

事業部門の再編

（百万円）

	2010.3	2011.3(予)	
音声認識 UIソリューション	708 302	1015 238	計1253　音声認識とUIソリューションを1つの事業部門に統合
音源 基盤 カード	791 87 106	610 126 109	
売上合計	1996	2100	

３．強み　　音声認識・音声翻訳で飛躍を目指す

音声関連技術を確立

当社の音声関連技術は ATR（国際電気通信基礎技術研究所）と ATR－Trek（ATR とフュートレックの JV、フュートレック 66%、ATR－Promotion34%出資）との共同で、両社の要素技術、ソフトウェアを当社の組み込み開発技術とサーバー技術に融合させてサービス化を実現、ライセンスビジネスに仕立てている。

音声認識製品のソフトウェアとサービス

音声関連には、音声認識、音声合成、音声対話の３つの製品がある。
音声認識は、①サーバーを利用する高性能な音声認識エンジン（分散型音声認識ソフトウェア、DSR)、②ローカルに実行する高性能な音声認識エンジン（ローカル型音声認識ソフトウェア、LSR)、③サーバーとローカルを組み合わせた音声認識エンジン（ハイブリッド型音声認識ソフトウェアを有する。これをうまく使い分けながら、ケータイ、カーナビ、などで音声の効果的なやり取りを実現していく。

音声合成製品のソフトウェアと利用

音声合成製品では、①肉声に近い自然な音質が実現できる波形接続型音声合成ソフトウ

ェア（XIMERA）と、②小容量、短時間で合成が可能な HMM 型音声合成ソフトウェアの２種類のエンジンを保有し、機器の特性や用途に合わせて利用していく。

音声対話製品への発展

音声認識と音声合成の技術と、当社独自の対話記述言語（Caribis®、カリビス）により実現した音声対話制御エンジンを融合した技術でヒューマンマシンインターフェース）として極めてユニークなものとなっている。

３年前に開発を全面シフトし、ここでもドコモのコンペに勝つ

音源の成熟を読んだ藤木社長は、３年前に音源の開発をストップし、その人材をほぼ総て音声認識の方へシフトした。06 年にＡＴＲ（国際電気通信基礎技術研究所）と業務提携し、ここの音声認識に関する基礎技術を、ケータイを通して利用するという仕組み作りに一気に舵を切ったのである。

これが功を奏して、２年後には大きく伸び始め、音源のピークアウトをうまくカバーして、収益の上乗せが出来る体制に入ったのである。

ドコモへの採用が決まったのも、コンペに勝ったからである。同業のアドバンストメディア（3773、東証マザーズ上場）のものなどに比べて、外の環境で使った時に雑音に強いという点が評価された。

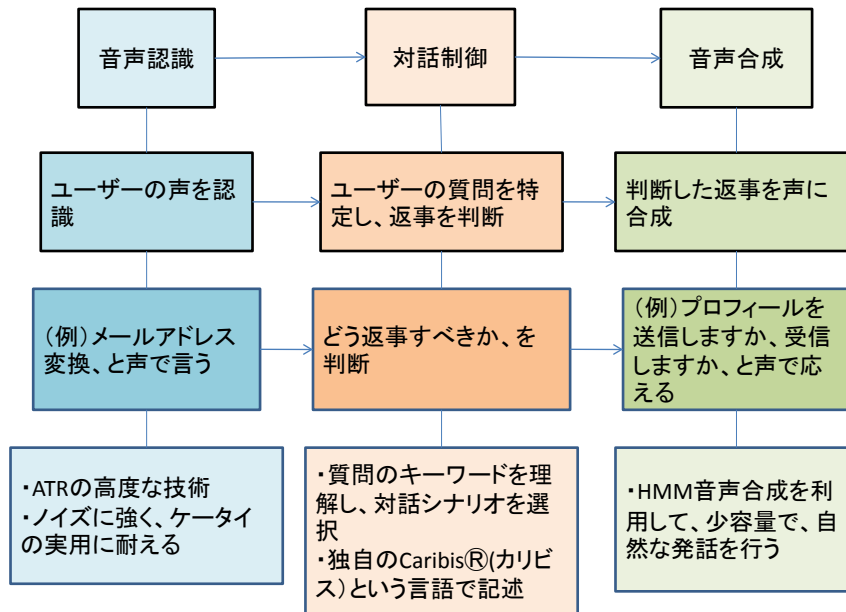
今後の広がりに期待

３年前に今の技術の流れは分かっていた。PC はいずれキーボードレスを目指し、タッチパネル方式と音声入出力になるという流れである。最近グーグルが音声入力を使い始め、ｉフォーン（スマートフォン）もそうなっていく。当社の音声認識のレベルは、ケータイで利用するという点では使い勝手が相当優れている。音声認識では、米国のニュアンス、アドバンストメディア、ＫＤＤＩ研究所、旭化成などが競合企業であるが、ケータイの分野では当社が一歩リードしている。この優位性を生かして事業拡大が十分できよう。

音声認識では、①フロントエンドソフトウェアや LSR、音声対話の技術などをケータイに組み込むことで発生するライセンス料、②実際に認識作業を行うバックエンドサーバーをコンテンツプロバイダーなどに使用許可する場合のライセンス料、③子会社の ATR-Trek が行っている ｉ アプリ「しゃべって翻訳」の有料会員からの利用料、という３つの収益機会がある。よって、付加価値の高いビジネスである。

音声認識ソフトについては、ドコモのケータイへの採用が広がりつつある。今後は au（ＫＤＤＩ）やＳＢ（ソフトバンク）にどこまで入っていけるかが課題である。ドコモ側からすれば、この音声文字入力の仕組みは自社だけで有利に利用したいと思うだろうし、当社にすれば他の携帯キャリアにも入っていければ、市場は一段と広がることになる。

当社資本の 10%をドコモグループが所有しているが、事業に制約があるわけではない。ドコモ向けと同等の提案はＳＢ、au に出来るので、この音声認識が一段と普及するのであれば、採用される可能性はある。

音声対話の技術

音声認識の競争力は高い

当社は ATR と JV(合弁)を組み、その利用を図っている。ATR は音声認識を長年研究しており、その技術水準は最高レベルにある。日々力を入れていることの 1 つは単語への対応である。新しい単語がかなりの勢いで増えていく。例えば、数年前にツイッターという言葉は一般的でなかったが、今は普通に使う。そうするとツイッターの音質を分析して、モデル化して辞書に加え、データベース化しておく必要がある。これがしっかりしていると、音声を聞いた時に正確に認識して間違いを減らせる。早く正確に認識して、間違いがないというのが最大の競争力になるので、ここに最も力を入れている。

ケータイで対話ができるのは国内初

音声認識は今まで声を入力して、正しく認識するというレベルであったが、これを対話、すなわち、声で機械と人間がやりとりできるようにした。声音から文章を認識すると、そのキーワードから想定される次の質問を返して、最終的に実行したい行動まで結び付けていくのである。ケータイで対話ができるものは国内初である。名古屋工業大学（徳田・李研究室）の音声合成技術と、豊橋技術科学大学（新田・桂田研究室）の対話制御技術を利

用して、ケータイでそれができるように開発した。

４．展開　　着実な成長に向けた次なる布石

主役が入れ替わる局面

当社はケータイ用の音源からスタートした。いわゆる着メロ用の音源 IP の開発で１つの基盤を作った。現在は音声認識が大きく広がる局面にあり、そのポテンシャルは音声認識の方が音源よりははるかに大きい。当社の音源はケータイでの利用が主となり広がりがみられなかったが、音声認識は、まずドコモのケータイから実用化したが、その用途はかなり広い。

ケータイから新しい分野へ

機械と人間をつなぐインターフェースには様々なやり方がある。情報機器でいえば、キーボードを叩くものから、最近はパネルにタッチするタイプ、音声で入力、出力するものなど多様になってきた。キーボードから、タッチパネル、音声認識というが新しい流れであり、用途によって使い分けるようになろうとしている。

スマートフォンでもいずれ普及

アップルのｉフォーンに対抗してアンドロイドを OS(基本ソフト)として使ったスマートフォンが NTT ドコモから発売された。従来のケータイに対して、新しいタイプのスマートフォンは持ち運び自由な PC がケータイになったものといえる。従来のケータイは基本的なサービスが、ほとんど事前に組み込まれていて、標準装備のものが多かった。スマートフォンは PC 型なので、ユーザーが自由に選ぶタイプの選択性が高い。ということは、顧客がその機能をよくわかって、ぜひ使いたいと思えば、爆発的にユーザー数は増えるが、そうでなければ、利用されず、収入にも結びつかない。月額課金で収入が入るのか、１回ダウンロードして１回限りの収入か、という違いが生じるのである。

スマートフォンで、どのようなビジネスを展開するかは、新しい局面になるので、従来とは違った優劣が問われる。当社の音源はドコモの従来型のケータイには総て標準装備されていたが、今回のドコモのスマートフォンには入っていない。一方、音声対話を装備した機種はこの秋に 13 種発売されたが、顧客がその機種を理解して選ばなければ、当社の収入にはならない。その意味で選択的なのである。また、音声認識の認知度は低いが、この機能はあると便利なので、いずれ標準搭載され普及していく可能性もある。これからの展開次第である。

音声合成のコンパクト化を実現

音声合成には 2 つのタイプがある、今の主流は波形を利用するもので音声を分析して細かく対応するので、自然な声に近づくがデータ量が多くなりメモリーをくうことになる。他社はほぼこのタイプであるが、サーバーを使うならば問題はないが、ケータイのようなメモリーに限りがあり、応答も素早いものが求められる場合には適してない。そこで今回は、名古屋工大の技術を応用し、HMM という音声認識でよく使われる技術を利用してメモリーを少なくコンパクトに音声を合成する製品を開発し、これをドコモのケータイで実用化した。

ユーザーインターフェイスで技術開発型サービスに領域を広げる

使いかたナビ® は 09 年度に立ち上がって、すぐに収益貢献している。ケータイの持つさまざまな機能を本当に使い切っているユーザーは少ない。マニュアルを見て理解するのも大変である。ということで、自分の使いたいことをあいまいなキーワードでいくつか入れると、それに相当するマニュアルのところへ連れて行ってくれる。この自分なりのキーワードで適切な使い方に誘導してくれるソフトが、ドコモに採用された。

ユーザーインターフェース（ＵＩ）をよくするという狙いで、当社はカナック社のソフトをライセンス購入して、使いかたナビを始めた。それまでパナソニック製のケータイなど一部に使われていたが、当社が活用を促進したことでドコモに本格採用された。

この使いかたナビ®は、デジタル家電など、いろいろな分野に応用可能である。今後、音声入力で使い方が分かるようになれば、もっと便利である。この方向でビジネス化していく方針である。このソフト開発や音声認識サーバーの利用サービス提供も可能となるので、ビジネスは一段と広がろう。

今やれることを収益重視で展開

藤木社長は、経営の発想を絶えず広く持っていたい、と考えている。事業というのは、どのように発展するか分からないもので、ノキアを見ても長靴から電線、そしてケータイへと発展している。人とは違う発想で事業を展開していく方針である。しかし、収益は重視するので、当面赤字でもいずれ黒字化すればよいというような事業はやらない方針である。音声認識は一気に黒字ビジネスとして立ち上がっており、別の応用分野で赤字を続けている企業とは違う経営を行っている。

三つの活動拠点

当社は創業して 10 年になるが、起業して間もないころ、本拠地の大阪以外に、顧客の近くに拠点をおくことを考えた。川崎を選んだ理由は、東京の多摩川を越えると家賃が安くなるという理由もあったが、NTT ドコモの研究所が横須賀にあるなど、主要顧客に等距離

になるような所を選んだことによる。
当社は、大阪本社、東京、北九州に拠点を置いている。東京はユーザーに近く活動が行いやすい営業拠点として、北九州は優秀な技術者が採りやすいからである。ただ、自動車用システム開発を手掛けていたシンフォニック（子会社）は、当面事業展開が難しいということで、社内に取り込み、今忙しい音声認識のほうに人材を活用している。

５．ビジネスモデル　知的資産（ＩＰ）で独自の収益拡大を図る

ロイヤルティ収入で稼ぐ、新分野が業績に貢献

組込み型のソフトウェアを開発して、そのロイヤルティを収入源とするビジネスモデルで事業を展開している。国内に事業機会が十分あるので、ここで着実に成長する会社になろうとしている。年 20%ほど伸ばしていければよいと見ている。藤木社長は自社の開発力を持って、直接海外に出て行くつもりは今のところない。
ロイヤルティで稼ぐ一方、自ら支払うものもある。そのうち、音源の楽器の音色を再現するシステムについては他社に利用料を払っていたが、08 年度にそのシステムを一括購入し、3 年で償却することを行っている。年 1 億円程度の減価償却増の一方、支払いライセンス料がその分減っているので表面の業績に影響はないが、将来の収益と効率を考えて一括購入した。一方、かつてインストームというウェブ系の会社に出資して子会社化したが、ビジネスの中身の違いから元の社長に売却するなど、事業の見極めは絶えず行っている。
ロイヤルティの収入はドコモの場合、四半期で締めて、2 ヵ月後に支払われる。当社の場合、ビジネスの特性上、増加運転資金をほとんど必要としないので、無借金経営ができている。
国内のケータイ市場は飽和気味であるが、スマートフォンへの代替需要が見込める。機能の高度化、多様化が進む中で、独自のソフトを載せて、1 台当たりのロイヤルティのアップを狙っていく。使いかたナビ®ではデジタル家電への展開を考え、そのほか車にも新しいソフトを提供していくことを検討している。
ロイヤルティをベースとするＩＰ（知的資産）ビジネスモデルなので、売上高営業利益率は 30%を目標にしており、新製品の利益率によってはそれ以上も可能であるとトップは見ている。

業績は踊り場

業績は踊り場にある。6 年連続増収増益を続けてきたが、今 2010 年度は減益を見込んでいる。来年度も業績は伸び悩むのか、増益基調でいけるのかは、音声認識事業の広がりのテンポに依存している。

ケータイの総販売数が伸び悩む中、スマートフォンへのシフトが予想を上回るペースで進んでいる。スマートフォンが伸びている中で、ドコモのアンドロイドがどのように伸びるか、アンドロイド型スマートフォンの中で音声認識付きのものが、どれだけ伸びるかによって、当社の収益は左右されるからである。スマートフォンが伸びれば、従来のケータイはその分落ちるので、その綱引きとなる。しかし、音声認識が将来伸びていくのは間違いなく、当社の競争力は高い。よって、収益が一時的に伸び悩んでも次が見えているという点で十分期待は持てる。

次の展開は見えている

ケータイに続く次の応用分野は自動車とソリューションである。自動車はカーナビへの応用で、ここに音声認識で対話型の設定ができることは極めて便利である。現在、具体的な開発が進んでおり、いずれその応用製品が出てこよう。

ソリューション型も面白い。さまざまなビジネスで報告書を書くという作業が行われている。金融機関では、何らかの外交をしたおり、その外交日報を書くという作業は不可欠である。その時、取り急ぎ声で入力しておいて、いずれ PC で加筆して仕上げるということができれば、仕事の生産性は大幅にアップする。こうした利用も早晩具体化してくるものとみられる。書くという作業が口頭筆記になるというのは便利である。

セグメント別業績

（百万円）

	2009.9（6ヵ月）	2010.3（6ヵ月）	2010.9（6ヵ月）	2011.3(予)（6ヵ月）	2010.3（12ヵ月）	2011.3(予)（12ヵ月）
ライセンス	871	930	898	965	1801	1863
音声認識・UIソリューション	461	549	560	693	1010	1253
音源	409	382	337	273	791	610
ライセンス以外	100	93	107	128	193	235
基盤	39	48	45	81	87	126
カード	61	45	62	47	106	109
売上合計	972	1024	1006	1094	1996	2100
営業利益	254	276	153	347	530	500
ライセンス	na	na	162	338	na	500
ライセンス以外	na	na	-8	8	na	0

（注）営業利益の内訳は2010.9に初めて公表。2011.3の予想は担当アナリストベース。

6．当面の業績　　足元はやや慎重な見方が必要

セグメンテーションの再編

当社は 2010 年 4 月より新たな体制でスタートした。セグメンテーション（売上内訳）に

ついても、マネジメントアプローチにしたがって新たな区分とした。音声認識と UI（ユーザーインターフェイス）を 1 つの事業部門として、技術者も一緒にした。また、ロイヤルティ収入を売上とする音源、音声認識・UI ソリューションと、それ以外の基盤（受託ソフト開発）とカード（磁気カード書き込み）に分けている。

2010 年度上期（２Q 累計）は 40%減益ながら内容は悪くない

2010 年度の２Q 累計では、前年同期比で経常利益が 40%ほど減少したが、これは前年度に 1 億円のイニシャルロイヤルティの収入があったことによるもので、これを除くと経常利益は同じ水準を維持している。ケータイの販売台数減で音源は減収となったが、音声認識は順調に伸びている。

9 月末時点で総資本 28.1 億円、純資産 24.3 億円で、自己資本率は 84.6%であった。これまでは無借金であったが、今後の事業展開を考えると、銀行とも適切につきあっていたほうがよいと考え、金利も極めて安いので、2 億円ほど短期借入金を入れた。

2010 年度通期では、7.5%減益とやや慎重な予想

2010 年度の業績見通しについて、会社側では期初予想を変更していない。売上高 2100 百万円（前年度比＋5.2%）、営業利益 500 百万円（同－5.7%）、経常利益 500 百万円（同－7.5%）、当期純利益 300 百万円（同－5.0%）の予定である。上期に厳しかった分は下期で取り戻す計画であるが、今のところ順調である。過去 6 年間は増収増益であったが、今期については慎重に減益予算を組んだ。音源から音声認識へ収益構造がシフトしていく局面で、業績が踊り場局面に入っていることによる。当社の技術が採用された機種が売れれば増益になることもあるので期待は持てる。

７．企業評価　　おもしろさを有する企業

組織能力のパワーアップは必要

これまでのコア技術は今のメンバーが少数精鋭で展開してきたが、音声認識を事業として広げていくとなると、人材が必要になってくる。例えば、金融関係のソリューションに音声認識ビジネスを拡大するにはソフトウェアの開発力が一段と必要になってくる。SI（システムインテグレータ）をアウトソーシングとして活用するだけでなく、新しいコアとして社内に取り込むための M&A も必要になってこよう。

当社は元々ハードの設計からスタートして、受託のビジネスからソフトウェアの開発に展開し、それをサービスとして利用できるように、と会社を発展させてきた。次の 10 年を考えると、人材を一段と強化して、人員の数と質を大幅に高めていく必要がある。藤木社

長はそうした視点も見据えて次の 10 年の構想を練っている。

藤木社長の経営力、音声認識をベースにした事業の広がりと成長性、知的資産をベースに着実に利益を上げるビジネスモデルを考慮すると、当社の企業としての評価は「良好である」と判断し、企業レーティングはＡとする。(企業レーティングの定義については表紙注を参照)

音声認識は今後も拡大

株価をどう判断するかという点では、PBR、ROE と PER、そして配当利回りの順にその水準を見ていくと分かりやすい。PBR が 2.2 倍という点では、会社が有している知的資産（ＩＰ）からみて、市場ではそれなりに評価されている。ROE は今 10 年度予想ベースで 12.4%と良好であり、PER も 17.1 倍と平均的で割高ではない。

株価は概ね妥当ゾーンにあるといえるが、今後とも音源事業に次ぐ音声認識の成長や収益貢献を織り込む局面にある。スマートフォンへの展開で今後もう一段の利益成長を見込めることがはっきりしてくれば、株価水準も変わってこよう。

配当は、連結配当性向 30%を目途としている。株式の流動性の改善に向け 09 年 10 月 1 日に 1:2 の株式分割を実施した。今期の配当は 2100 円を予定している。配当利回りは 1.9%である。